

Челябинский гуманитарий. 2022. № 2 (59). С. 29–33.

ISSN 1999-5407 (print).

Chelyabinskij Gumanitarij. 2022; 2 (59), 29–33.

ISSN 1999-5407 (print).

Научная статья

УДК 316.772.5

DOI 10.47475/1999-5407-2022-10205

## ТРАДИЦИИ ПРОШЛОГО КАК ЦИФРОВЫЕ ФОРМАТЫ БУДУЩЕГО: ПРАКТИКИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОВЛЕЧЕННОСТИ АУДИТОРИИ

Наталья Львовна Зыховская<sup>1</sup>, Иван Дмитриевич Тузовский<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), Челябинск, Россия, ladoga122@gmail.com

<sup>2</sup> Челябинский государственный институт культуры, Челябинск, Россия, idtuz@yandex.ru

**Аннотация.** В статье анализируются культурные практики, стратегии и тренды, определяющие соотношение онлайн и офлайн форматов вовлеченности (доминирующий субъективный выбор) аудитории. Авторы обращаются к анализу феноменов, традиционно ассоциирующихся с офлайн-форматами: книжной культуре и настольным играм. Ключевой вопрос заключается в изучении практик функционирования феноменов, отождествляемых с офлайн-форматами, в цифровом пространстве. Ориентируясь на полученные результаты, авторы делают выводы о том, что традиции противопоставления онлайн и офлайн форматов – не обнаруживают своей состоятельности в реальных практиках информационной вовлеченности аудитории.

**Ключевые слова:** аудитория, интернет-пользователи, чтение, настольные игры, опрос, онлайн-взаимодействие, традиционные форматы.

**Благодарности:** Исследование подготовлено в рамках гранта Российского научного фонда (региональный конкурс Челябинской области) № 22-28-20162 «Литературное творчество Южного Урала в системе региональной идентичности: конструирование, репрезентация и продвижение в цифровом пространстве».

**Для цитирования:** Зыховская Н. Л., Тузовский И. Д. Традиции прошлого как цифровые форматы будущего: практики информационной вовлеченности аудитории // Челябинский гуманитарий. 2022. № 2 (59). С. 29–33. doi: 10.47475/1999-5407-2022-10205.

Original article

### TRADITIONS OF THE PAST AS DIGITAL FORMATS OF THE FUTURE: PRACTICES OF INFORMATION ENGAGEMENT OF THE AUDIENCE

Natalya L. Zykhevskaya<sup>1</sup>, Ivan D. Tuzovsky<sup>2</sup>

<sup>1</sup> South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk, Russia, ladoga122@gmail.com

<sup>2</sup> Chelyabinsk State Institute of Culture, Chelyabinsk, Russia, idtuz@yandex.ru

**Abstract.** The article analyzes cultural practices, strategies and trends that determine the ratio of online and offline engagement formats (the dominant subjective choice) of the audience. The authors turn to the analysis of phenomena traditionally associated with offline formats: book culture and board games. The key issue is to study the practices of the functioning of phenomena identified with offline formats in the digital space. Focusing on the results obtained, the authors conclude that the traditions of opposing online and offline formats do not show their consistency in real practices of audience information involvement.

**Key words:** audience, internet users, reading, board games, survey, online interaction, traditional formats.

**Acknowledgments:** The study was prepared within the framework of the grant of the Russian Science Foundation (regional competition of the Chelyabinsk region) No. 22-28-20162 “Literary creativity of the Southern Urals in the system of regional identity: design, representation and promotion in the digital space”.

**For citation:** Zykhevskaya N. L., Tuzovsky I. D. (2022). Traditions of the past as digital formats of the future: practices of information engagement of the audience. *Chelyabinskij Gumanitarij*, 2 (59), 29–33, doi: 10.47475/1999-5407-2022-10205.

### Введение

В ландшафте современной цифровой эпохи уже не столь актуальным представляется качественное ранжирование культурных потоков, а, напротив – естественным становится единовременное существование различных (зачастую, противоположных) культурных практик, стратегий и трендов. В этом смысле, культурная картина мира как разнообразна, так и хаотична, а человек современной культуры – как максимально информирован, так и дезориентирован. Информационная перегрузка, стремление отыскать точку опоры приводят к поиску и выбору субкультурных референтных групп, отражающих ценности и нормы, регламентирующие определенный (значимый с позиций данного сообщества) сегмент социальной действительности.

Первые субкультуры XX столетия выделялись своими отличиями от культурных кодов мейнстрима. Существовали они также довольно долгое время – как минимум, десятилетиями. В новых условиях принципы функционирования субкультур меняются, прежде всего, за счет кросс-субкультурных связей, позволяющих субъекту участвовать в жизни нескольких сообществ одновременно (что, в свою очередь, приводит к смягчению их поведенческих и иных нормативов).

Именно цифровое пространство, снимающее привычные иерархии и раздвигающее границы коммуникации, трансформировало саму идею жесткой дифференциации групп. На сегодняшний день исследователями формулируется концепция цифрового кочевничества как «реванша кочевого стиля жизни» [1. С. 26] и вечного перемещения в пространстве сетевых коммуникаций.

Однако и само цифровое пространство первоначально (на ранних этапах становления) задавало вектор сегментации аудитории. Так, например, У. Эко писал о ценностном разделении общества на два класса: тех, кто смотрит телевизор и получает готовые знания и суждения о мире, и тех, кто способен критически отбирать информацию, листая страницы в интернете [12]. Американский исследователь М. Пренски разделил уже и самих интернет-пользователей на «сетевых иммигрантов» старшего поколения и «цифровых аборигенов» новой сетевой культуры [15]. И если для первых пространство онлайн-коммуникации еще мыслится в качестве новой территории, то вторые (условно обозначаемые исследователями как «поколение Z») уже не мыслят себя вне онлайн-режимов существования. Характерными особенностями поколения Z является то, что интернет и глобализация стали для них естественными условиями объективной реальности. Представители данного поколения живут одновременно в реальном и в виртуальном мирах, интегрированы в системы информационных технологий (высокая степень зависимости от мобильных устройств и каналов коммуникации), отличаются быстрым переключением внимания и приоритетным выбором аудиовизуальных форматов коммуникации (передачи и потребления информации).

### Проблематика исследования

Практики информационной вовлеченности аудитории определяются нами как предпочтительный субъективный выбор в репертуаре наличествующих (онлайн или офлайн) форматов.

Цифровые технологии, оказывающие существенное воздействие на трансформацию режимов и форматов чтения поколения XXI века, позволяют говорить о ситуации, обозначаемой М. Маклюэном как постграмотность [9] – социокультурное явление, при котором пользовательская компьютерная грамотность и вовлеченность в процесс виртуального общения преобладает над традиционной грамотностью; сетевое электронное общение над общением реальным.

В данной статье мы обратимся к анализу феноменов, традиционно ассоциирующихся с офлайн-форматами: книжной культуре (именно «Галактика Гуттенберга» чаще всего обозначается в общественных дискуссиях как оппозиция «Галактике Цукерберга») и настольным играм (условия участия в которых подразумевают живое и непосредственное взаимодействие). Ключевой вопрос заключается в изучении практик функционирования феноменов, отождествляемых с офлайн-форматами, в цифровом пространстве.

### Результаты исследования

Для проверки исследовательских гипотез, нами был проведен опрос с использованием методики фокус-групп (8 фокус-групп с представителями поколения Z). Фокус-групповые дискуссии были содержательно направлены на конкретизацию позиций активных интернет-пользователей в отношении практик чтения (офлайн или онлайн режимы).

В концепциях массовой коммуникации существуют различные точки зрения, относительно распределения внимания между конкурирующими медиа-источниками. Согласно *идее функционального замещения* – рост потребления одного медиа происходит за счет уменьшения потребления других и выполнения новым медиа тех или иных функций старых медиа. С позиций *идеи стабильности потребления* (концепция «относительного постоянства») – при изменении предпочтений медиа, остается постоянной длительность временных затрат.

При проведении фокус-групп с представителями современного поколения читателей, было зафиксировано, что предпочтения между форматами не носят характера принципиального (идеологического) противопоставления онлайн и офлайн режимов чтения.

Чаще всего, выбор онлайн формата обосновывался аргументами прагматического характера: удобство, экономия ресурсов, доступность.

Приведем примеры отдельных высказываний участников фокус-группы:

- Цифровой формат просто более удобный, можно продолжить читать в дороге, если начал на телефоне. Не нужно таскать книгу, если она большая и много места занимает, поэтому – читаю в телефоне;
- Больше люблю бумажные носители, но чаще использую электронные. Потому что время находится вечером, когда читать бумажную книгу даже при свете неудобно. Использую в основном планшет;
- В один момент я осознал, что быть мобильным в наше время очень важно и если ты имеешь дома огромную библиотеку, то просто ты переместить ее не сможешь, и в 20 году для меня это стало проблемой. Я занялся переводом ее в онлайн формат. Я продал все свои физические книги и купил электронные версии тех книг, которые были у меня в библиотеке. Иногда я читаю живые книги, потому что некоторые пособия не продаются в электронном виде. Читаю на планшете и использую смартфон для аудиокниг и чтения;
- Когда мне дарят книгу, то мне, естественно, тоже хочется в обычном формате, но доступно онлайн больше. Деньги тратить или таскать их при себе не хочется.

Аналогичным образом, с позиций прагматической направленности обосновывается выбор и традиционных книжных форматов:

- Живую книгу психологически проще читать: ты уже видишь, сколько прочитал, сколько осталось. И тебе хочется до корочки дойти, до конца. А в электронном формате непонятно, когда страницы закончатся. Можно конечно посмотреть, но бегунок особо не помогает. И яркость экрана, напрягаются глаза, устают больше, чем от дневного света. А так, на парах если скучно, то электронный формат читаю.
- Мне удобнее читать живую книгу в любом случае, глаза меньше устают. И так, все время в телефонах, а тут если еще и читать, напрягаться. Еще и думать надо, все максимально напрягается. А с книгой все проще: сразу все перед глазами, сразу все есть.

Таким образом, если еще некоторое время назад исследователями и фиксировался «разрыв» между аудиторией активных читателей и интернет-пользователей [6; 10], то последствия и перспективы «Большого взрыва» в информационной Вселенной не оставляют сомнений в том, что «цифровая экспансия» сегодня соединяет читателей и интернет-пользователей поколения XXI века.

Нами был также проведен опрос представителей «настольщиков». Опрос проходил в два этапа. Основой отбора респондентов для первого этапа опроса стала активность пользователей в аккаунтах на крупнейшем портале России, посвященном настольным играм – «Tesera.ru». Открытые данные позволяют оценить степень активности пользователя: публикация различного рода информации, посвященной настольным играм: фотоматериалы, видеобзоры, рецензии на новые игры, разъяснения спорных нюансов правил, анонсы и прочее. Во внимание не принималось количество комментариев, сделанных пользователем. Косвенно учитывался стаж и рейтинг пользователя на портале, поскольку этот показатель позволяет оценить активность: количество добавленных материалов и степень их одобрения другими членами сообщества на единицу времени.

В ходе первого этапа мы попросили респондентов из числа активных пользователей портала Тесера указать других представителей сообщества «настольщиков», которые не принимают активного участия в процессе интернет-коммуникации, однако соотносятся с их точки зрения с используемым за рубежом термином boardgamegeek (гик настольных игр). Это позволило нам охватить часть сообщества, существующую исключительно в офлайн пространстве. В общей сложности в первом этапе принял участие 51 человек, была установлена степень их соответствия гипотетическим чертам представителей гик-культуры.

Примечательно, что в ходе первого раунда исследования ни один из отказавшихся участвовать во втором этапе не давал положительного ответа на вопросы, предполагающие определенный социальный эскапизм, однако сам отказ может свидетельствовать о соответствии этому критерию (в силу возможности и иных интерпретаций отказа в дальнейшем участии мы не рассматривали это в качестве доказательства, однако считаем необходимым отметить данный факт в целом).

Любители настольных игр пропагандируют «живое общение», социальный характер своего хобби, противопоставляя это, в частности, компьютерным играм. Из общего характера приводимых большинством опрошенных диалогов видна внутренняя ориентированность коммуникации настольщиков, слабая связь с ненастольщиками. Анализ комментариев демонстрирует тягу к новому, ощущение интеллектуализма своей деятельности и собственного интеллектуального превосходства. Кроме того, нам видится, что представители комьюнити любителей настольных игр воспринимают поверхностность многих людей и в нежелании воспринимать тонкости механики и правил широкоизвестных игр.

Настольное сообщество обладает частичным пересечением с такими гик-комьюнити как программисты, ролевики, реконструкторы, косплееры, поклонники комиксов, научной фантастики. Вопрос соотношения личности человека именно с настольщиками или ролевиками – скорее вопрос его произвольно конструируемой идентичности, чем соответствия некоторым объективным критериям.

При этом настольщики не являются технофобами, а чаще всего наоборот – техногиками. При помощи веб-сервисов, таких как BoardGameArena или Tabletopia, они играют с географически удаленными партнерами, в том числе – иноязычными. Сообщества настольщиков концентрируются вокруг нескольких крупнейших интернет-ресурсов. Например, в масштабах мира – это BoardGameGeek, в России – Tesera.ru; локальные сообщества поддерживаются в первую очередь игровыми клубами, «плейлофтами» и т.д. Настольщики охотно используют компьютерные и планшетные версии настольных игр для приобретения дополнительного игрового опыта (игровая сессия на планшете обычно в 3-4 раза быстрее, чем за реальным столом), и для принятия решения о покупке дорогостоящей коробки (для сравнения – варгейм Battlelore в App Store стоит около 600 рублей, а его «физическая» копия в магазине – около 5000).

Следует также отметить, что настольное комьюнити включает в себя не только игроков, но и авторов и издателей (по свидетельствам представителей издательств и авторов невозможно разрабатывать новую настольную игру, не будучи активным игроком). В силу этого дистанция между создателями, производителями и потребителями настольных игр гораздо меньше, чем в отношении сообществ, объединяющихся в соответствии с, например, музыкальными вкусами. Поэтому и отношение к нелегальным копиям настольных игр (если их производство не ставится на поток) совершенно иное, чем у производителей кино-, видеоигровой или музыкальной продукции. Можно сказать, что большинство авторов и издателей лояльны к такой деятельности, поскольку она обычно связана с популяризацией настольно-игрового хобби.

### Заключение

Итак, ориентируясь на полученные результаты, мы можем говорить о том, что традиции противопоставления онлайн и офлайн форматов – не обнаруживают своей состоятельности в реальных практиках информационной вовлеченности аудитории. Напротив, как отмечается во многих исследованиях чтения современной молодежи в интернет-пространстве [2; 3; 8; 11; 13-14], вполне состоятельны стратегии переплетения непосредственных и опосредованных форматов во взаимодействии автора и аудитории, развитии интерактивности, проявления творческой активности пользователей (например, в создании фанфиков).

На материале проведенного опроса молодежи, А. В. Калинин [7, С.26] указывает на баланс традиционных и инновационных форм читательской активности в эпоху интернета. Д. В. Васильчук [5] фиксирует заметный рост продаж настольных игр в период пандемии: времени, при котором ограничивались непосредственные и живые контакты игроков, но увеличивались цифровые форматы взаимодействия.

Используя в качестве теоретической основы концепцию П. Бурдьё о борьбе агентов в социальном пространстве (перераспределение форм капитала, накопленного в предшествующую культурную формацию), Г. Н. Боева [4], на примере сетевого сообщества «Онлайн-Чехов» показывает, что ценности эпохи постграмотности не противоречат ценностям эпохи книжной культуры, а виртуальные коммуникации не отменяют тех, которые укоренены в традиционной досуговой культурной сфере.

### Список источников

1. Арпентьева М. Р. Медиатизация жизни и цифровое кочевничество: типы цифрового кочевничества и их идентичность // Медиаисследования. 2017. № 4. С. 5–16.
2. Аскарлова В. Я., Зубанова, Л. Б. Чтение «цифрового поколения»: методолого-методические аспекты исследования // От чтения – к творчеству жизни : сборник статей. Санкт-Петербург : Изд-во РНБ, 2019. С. 50–61.
3. Беляева Н. Е. Чтение художественной литературы в интернете: изучение современных читательских практик // Вестник культуры и искусств. 2017. № 2 (50). С. 47–52.
4. Боева Г. Н. Онлайн-«Чехов»: новые практики читательских коммуникаций // Гуманитарная парадигма. 2020. № 4 (15). С. 78–85.
5. Васильченко Д. В. Рост продаж настольных игр: правильное позиционирование или случайное стечение обстоятельств? // Тенденции развития науки и образования. 2021. № 1. С. 59–70.
6. Загидуллина М. В. Подростки: чтение и Интернет в повседневной жизни // Социологические исследования. 2016. № 5. С. 115–123.
7. Калинин А. В. Структура практик чтения молодежи в эпоху интернета // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2019. № 5. С. 23–31.
8. Лизунова И. В. Российская книжная индустрия: интерактив в виртуальном пространстве // Гуманитарные науки в Сибири. 2015. № 4. С. 27–30.
9. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего. Москва : Академический проект: Фонд «Мир», 2005. 496 с.
10. Назаров М. М., Ковалев П. А. Изменение медиасреды и современные практики чтения // Социологические исследования. 2017. № 2. С. 84–95.
11. Технологии нового поколения: продвижения книг в Интернете // Книжная индустрия. 2016. № 2. С. 50–53.

12. Эко У. От Интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/Eko/Int\\_Gutten.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Eko/Int_Gutten.php) (дата обращения: 12.04.2020).
13. Jadhav P. S. Review paper electronic media and reading habits // *SIES Journal of Management*. 2010. № 7 (1). P. 109–113.
14. Mokhtari K., Reichard C., Gardner A. The impact of internet and television use on reading habits and practice of college student // *Journal of Adolescent & Adult Literacy*. 2009. № 52 (7). P. 609–619.
15. Prensky, M. Digital Natives Digital Immigrants // *On the Horizon*. 2001. Vol. 9. № 5. URL: <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (дата обращения: 12.04.2020).

#### References

1. Arpent'eva, M. R. (2017). Mediatizacija zhizni i cifrovoe kochevnichestvo: tipy cifrovogo kochevnichestva i ih identichnost' [Mediatization of life and digital nomadism: types of digital nomadism and their identity]. *Mediaissledovaniya* [Media research], 4, 5–16. (In Russ.).
2. Askarova, V. Ja. & Zubanova, L. B. (2019). Chtenie «cifrovogo pokolenija»: metodologo-metodicheskie aspekty issledovaniya [Reading the “digital generation”: methodological and methodological aspects of the study]. *Ot chtenija – k tvorčestvu zhizni : sbornik statej* [From reading to the creativity of life: a collection of articles]. St. Petersburg: RNB Publ., 50–61. (In Russ.).
3. Beljaeva, N. E. (2017). Chtenie hudozhestvennoj literatury v internete: izučenie sovremennyh čitatel'skih praktik [Reading Fiction on the Internet: A Study of Modern Reading Practices]. *Vestnik kul'tury i iskusstv* [Culture and Arts Herald], 2 (50), 47–52. (In Russ.).
4. Boeva, G. N. (2020). Onlajn-“Chehov”: novye praktiki čitatel'skih kommunikacij [Online “Chekhov”: new practices of reader communications]. *Gumanitarnaja paradigma* [Humanitarian paradigm], 4 (15), 78–85. (In Russ.).
5. Vasil'chenko, D. V. (2021). Rost prodazh nastol'nyh igr: pravil'noe pozicionirovanie ili sluchajnoe stečenie obstojatel'stv? [Growth in board games sales: right positioning or coincidence?]. *Tendencii razvitiya nauki i obrazovanija* [Trends in the development of science and education], 1, 59–70. (In Russ.).
6. Zagidullina, M. V. (2016). Podrostki: chtenie i Internet v povsednevnoj zhizni [Teenagers: reading and the Internet in everyday life]. *Sotsiologičeskie issledovaniya*, 5, 115–123. (In Russ.).
7. Kalinchuk, A. V. (2019). Struktura praktik čtenija molodezhi v jepohu interneta [The Structure of Reading Practices of Young People in the Internet Age]. *Nauchnye trudy Moskovskogo gumanitarnogo universiteta*, 5, 23–31. (In Russ.).
8. Lizunova, I. V. (2015). Rossijskaja knižnaja industrija: interaktiv v virtual'nom prostranstve [Russian book industry: interactive in virtual space]. *Gumanitarnye nauki v Sibiri* [Humanitarian Sciences in Siberia], 4, 27–30. (In Russ.).
9. McLuhan, M. (2005). *Galaktika Gutenberga: Stanovlenie čeloveka pečatajušhego* [The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man]. Moscow: Akademicheskij proekt: Fond «Mir», 496 p. (In Russ.).
10. Nazarov, M. M. & Kovalev, P. A. (2017). Izmenenie mediasredy i sovremennye praktiki čtenija [Changing the media environment and modern reading practices]. *Sotsiologičeskie issledovaniya*, 2, 84–95. (In Russ.).
11. Tehnologii novogo pokolenija: prodvizhenija knig v Internete (2016) [New generation technologies: promotion of books on the Internet]. *Knizhnaja industrija* [Book industry], 2, 50–53. (In Russ.).
12. Eco, U. Ot Interneta k Guttenbergu: tekst i gipertekst [From the Internet to Gutenberg: text and hypertext], available at: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/Eko/Int\\_Gutten.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Eko/Int_Gutten.php), accessed 12.04.2020. (In Russ.).
13. Jadhav, P. S. (2010). Review paper electronic media and reading habits. *SIES Journal of Management*, 7 (1), 109–113.
14. Mokhtari, K., Reichard, C. & Gardner, A. (2009). The impact of internet and television use on reading habits and practice of college student. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 52 (7), 609–619.
15. Prensky, M. (2001). Digital Natives Digital Immigrants. *On the Horizon*, 5, vol. 9, available at: <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>, accessed 12.04.2020.

#### Информация об авторах

**Н. Л. Зыховская** – доктор филологических наук, профессор кафедры литературы и русского языка.

**И. Д. Тузовский** – доктор культурологии, доцент, доцент кафедры философии и культурологии культурологического факультета.

#### Information about the authors

**N. L. Zykhoyskaya** – Doctor of Philology, Professor of the Department of Literature and Russian Language.

**I. D. Tuzovsky** – Doctor of Cultural Studies, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Philosophy and Cultural Studies of the Faculty of Cultural Studies.

Статья поступила в редакцию 18.06.2022; одобрена после рецензирования 18.07.2022;

принята к публикации 18.07.2022.

The article was submitted 18.06.2022; approved after reviewing 18.07.2022;

accepted for publication 18.07.2022.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.